

## **PRESSEINFORMATION**

### **Funkpremiere punktet beim Publikum**

**Spotcharts.de: Hamburger Kreativschmiede Grimm, Gallun, Holtappels für Mietpool Hamburg ausgezeichnet / Florian Grimm: „Qualität von Funkspots durch hohe Anzahl von promotionalen Spots unterschätzt“**

**Berlin, 12. November 2008** – In nur zehn Sekunden hat es die Hamburger Kreativschmiede Grimm, Gallun, Holtappels an die Spitze des neuen Hörer-Votings „spotcharts.de“ geschafft: „Moritz, geh sofort auf Dein Zimmer! Wie .. zu Fuß?“ Dieser knackig-knappe Radiospot für den Kunden Mietpool Hamburg, einem Spezialanbieter für große Mietobjekte, kam bei der Radio-Werbegemeinschaft so gut an, dass sie das Motiv „Moritz“ zum Spot des Monats September wählten. Gratulation an das Team um Kreativ-Geschäftsführer Florian Grimm, Artdirector Phillip Eggers und Texter Stefan Geschke.

Für den Kunden war dies eine Radio-Premiere – mit vielen positiven Reaktionen: *„Dieser Preis war eine davon“*, freute sich Florian Grimm bei der Preisvergabe vor Ort. *„Für Funk haben wir uns entschieden, weil er lokal sehr gut und plakativ einsetzbar ist. Wir fanden das Medium einfach am lebendigsten.“*

Bei der deutschen Spot-Meisterschaft der Radiozentrale und ihrer Mitgliedssender entscheidet nicht eine Fachjury hinter verschlossenen Türen, sondern erstmals das Publikum selbst. Und die Konsumenten haben sich auch beim zweiten Monats-Award für einen sehr emotionalen Spot entschieden. Florian Grimm, selbst Jurymitglied bei Kreativawards, erklärt dies wie folgt: *„Um eine große Menge zu begeistern, muss eine Arbeit schnell funktionieren und sofort in den Bauch schießen. Eine Jury hingegen hört die Arbeiten unter anderen Bedingungen und versucht, gleichzeitig die echten Spitzen und wirklich neue, ungehörte Ideen herauszufiltern.“*

Für Florian Grimm ist das Niveau der Funkspots bei den deutschen Wettbewerben deutlich höher als vielfach eingeschätzt: *„Das Problem ist, dass Funk so selten für Markenwerbung eingesetzt wird und häufig was Promotionales hat. Und bei einem Spot für ein Autohaus-Eröffnungswochenende z. B. sind oftmals so viele Pflichtinhalte unterzubringen, dass wenig Luft für Kreatives bleibt.“*

Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale, ergänzt: *„Und auch international ist die deutsche Hörfunkwerbung kreativ auf einem sehr guten Weg: Die deutschen Kreativen haben bei der ‘Oscar-Verleihung für Hörfunk’ epochal gut abgeschnitten. Vier Cannes-Löwen für deutsche Hörfunkwerbung in 2008 – das gab es noch nie! Zeigt übrigens auch, dass die Chance, mit einem internationalen Award geadelt zu werden, in der Gattung Funk deutlich höher ist als vergleichsweise in anderen Gattungen. Geschichten fürs Ohr zu erzählen ist eine*

*hohe Kunst – wir wollen mit unserem Publikumspreis spotcharts.de ebenfalls dazu beitragen, dass besonders gute Radio/Audio-Arbeiten entsprechend gewürdigt werden und damit zur Profilstärke der Kreativagenturen beitragen.“*

Über [www.spotcharts.de](http://www.spotcharts.de):

Agenturen und Werbungtreibende haben Monat für Monat die Möglichkeit, sich unter [www.spotcharts.de](http://www.spotcharts.de) dem Publikumsvoting zu stellen und unkompliziert ihre Radiospots hoch zu laden. Voraussetzung ist, dass der Spot auch zur Ausstrahlung gekommen ist. Die Teilnahme an Deutschlands neuem Publikumspreis für Radiowerbung ist für Marktpartner und Hörer kostenfrei. Der erste Spot des Monats wurde für August 2008 verliehen. Die Hörer werden vor allem über ihren Lieblingssender auf dieses neue Mitmachtool mit zeitgemäßen Web 2.0-Features hingewiesen – und auch auf die attraktiven Preise, die es dabei zu gewinnen gibt.

Mehr über den September-Siegerspot und die Macher dahinter erfahren Sie unter <http://www.radiozentrale.de/site/681.0.html>.

Das Motiv „Moritz“ anhören unter: <http://www.spotcharts.de/spots/show/170>.

Druckfähige Motive der angehängten Pressefotos erhalten Sie im Pressebereich unter <http://www.radiozentrale.de/site/194.0.html>.

Die Radiozentrale versteht sich als gemeinsame Marketing-Plattform öffentlich-rechtlicher und privater Radiostationen sowie der gattungsnahen Unternehmen der Radioindustrie.

**Pressekontakt:**

Susanne Baldauf

Leitung Kommunikation

Telefon: +49 (0)30 / 32 51 21 63

E-Mail: [susanne.baldauf@radiozentrale.de](mailto:susanne.baldauf@radiozentrale.de)

[www.radiozentrale.de](http://www.radiozentrale.de)